

ANALISIS TERHADAP PENERAPAN *THEORY OF CONSUMER ACCEPTANCE TECHNOLOGY* PADA E-SPT

Prita Saraswati, Endang Kiswara¹

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

This study aims to predict the factors that influence taxpayer behavior towards the use of E-SPT interests in Indonesia. This research is a replication of the study Kulviwat, et al. (2007) that integrates Technology Acceptance Model (TAM) by Pleasure, Arousal, and Dominance (PAD) into a model of Consumer Acceptance Technology (CAT). The research was conducted on corporate taxpayers in Jakarta, Indonesia. The object of this research is the application of taxes in particular E-SPT was developed by the Indonesian Directorate General of Taxation. The sample used in this study were 57 companies that have used the tax application in particular E-SPT. Data analysis method used is Smart PLS 2.0.

This study uses the variable perceived of relative advantage, perceived usefulness, perceived ease of use, pleasure, arousal, dominance, attitudes, and intentions in using E-SPT. The results of this study indicate that the taxpayer attitudes are the main factors affecting the taxpayers interest in using e-SPT. Consumer Acceptance Technology (CAT) can be integrated as a research model for explaining the corporate taxpayers to use E-SPT.

The results of this study showed that the perceived of relative advantage, pleasure, arousal, and dominance have significant and positive impact on the attitude required to use E-SPT. Perceived usefulness and perceived ease of use have no significant effect on the attitude of taxpayers to use E-SPT. So, to increase the use of E-SPT returned by the taxpayer perceived of relative advantage, pleasure, arousal, and dominance of E-SPT need to be improved.

Keywords : *E-SPT, Consumer Acceptance Technology (CAT), attitude, intention*

PENDAHULUAN

Perubahan perilaku dalam suatu organisasi dapat disebabkan karena perubahan struktur organisasi, penggunaan teknologi sistem informasi yang baru maupun lingkungan diluar organisasi. Penggunaan teknologi sistem informasi yang baru atau penggantian pemakaian teknologi sistem informasi baru juga akan merubah perilaku individu dalam organisasi. Perubahan merupakan sesuatu yang harus dilakukan, tanpa adanya perubahan tidak akan ada perbaikan.

Dengan adanya berbagai faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna teknologi maka memunculkan berbagai model keperilaku dalam penggunaan teknologi sistem informasi, seperti Model *Theory of Reasoned Action* (TRA), Model *Theory Planned Behavior* (TPB), Model *Technology Acceptance Model* (TAM), *Pleasure Arousal Dominance* (PAD), *Consumer Acceptance Technology* (CAT). Model-model teknologi ini muncul karena keinginan pemakai, kebutuhan organisasi, dan kemampuan teknologi sistem informasi. Setiap individu dan organisasi harus dapat menyesuaikan dengan model tersebut agar dapat sesuai dengan kebutuhannya sehingga dapat meningkatkan kinerja dan menimbulkan kepuasan bagi pemakai.

Suatu teknologi akan bekerja dan membentuk suatu sistem informasi bagi para penggunanya. Sistem informasi merupakan seperangkat komponen yang saling berhubungan yang berfungsi mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi untuk mendukung pembuatan keputusan dan pengawasan dalam organisasi (Laudon and Laudon, 2000). Kecenderungan individu untuk menggunakan suatu teknologi sistem informasi dipengaruhi oleh meningkatnya pengetahuan individu tersebut dalam hal penggunaan teknologi sistem informasi. Perkembangan teknologi sistem informasi yang telah berkembang menjadi berbasis web telah

¹ Penulis penanggung jawab

menimbulkan berbagai reaksi dalam proses penggunaannya. Nalar dan *affect* yang dimiliki individu juga merupakan suatu hal yang penting dalam mempengaruhi penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi. Oleh karena itu, untuk mengetahui pengaruh penerimaan teknologi dengan menggabungkan model *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan *Pleasure, Arousal, and Dominance* (PAD) menjadi suatu model *Consumer Acceptance Technology* (CAT) maka penulis membuat skripsi ini dengan judul “Analisis Terhadap Penerapan *Theory Of Consumer Acceptance Technology* Pada E-SPT”.

E-SPT adalah aplikasi yang disediakan oleh Dirjen Pajak yang dapat digunakan oleh wajib pajak untuk memudahkan penyampaian dan pelaporan SPT. Penerapan E-SPT diawali dengan dikeluarkannya Keputusan Direktur Jenderal Pajak Nomor KEP-88/PJ./2004 tanggal 14 Mei 2004 (BN No.7069 hal. 4B) tentang Penyampaian Surat Pemberitahuan (e-SPT) secara Elektronik. Program ini diciptakan dalam rangka menjawab dan menyikapi peningkatan kebutuhan komunitas wajib pajak yang tersebar di seluruh Indonesia. Kebutuhan-kebutuhan para komunitas wajib pajak tersebut, diantaranya mengenai peningkatan pelayanan pajak yang semakin baik, penghematan biaya pemrosesan laporan pajak, dan keinginan untuk mengurangi beban proses administrasi laporan pajak menggunakan kertas.

Beberapa penelitian sebelumnya lebih berfokus pada penggunaan suatu teknologi dengan menggunakan integrasi pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Penelitian yang dilakukan Fu *et al.* (2009) dan Tsung-Lu *et al.* (2010) mengintegrasikan TPB dan TAM dalam penggunaan *tax filling*. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Fu *et al.* (2009) adalah bahwa wajib pajak cenderung untuk berkonsentrasi pada kegunaan metode *electronic tax filing* dan dapat cukup pragmatis dalam mengembangkan sikap umum terhadap menggunakan metode tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian replikasi dari penelitian Kulviwat,dkk.(2007) yang mengintegrasikan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan *Pleasure, Arousal, and Dominance* (PAD) menjadi suatu model *Consumer Acceptance Technology* (CAT). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Kulviwat,dkk.(2007) adalah perbedaan lokasi, sampel, dan obyek penelitian. Penelitian terdahulu menggunakan para pengguna PDA sebagai sampel penelitian, sedangkan penelitian ini dilakukan pada wajib pajak badan di DKI Jakarta, Indonesia. Obyek penelitian ini adalah aplikasi pajak khususnya E-SPT yang dikembangkan oleh Dirjen Pajak Indonesia. Penelitian dilakukan pada wajib pajak badan di DKI Jakarta karena di kota tersebut paling banyak terdapat wajib pajak badan yang telah menggunakan aplikasi pajak khususnya E-SPT.

KERANGKAN PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pleasure Arousal Dominance (PAD)

Pleasure Arousal Dominance (PAD) merupakan teori perilaku manusia yang mempengaruhi suatu tindakan yang dilakukan oleh manusia tersebut. PAD dikembangkan oleh Mehrabian Russell tahun 1974. PAD menjelaskan bahwa penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh kesenangan (*pleasure*), keinginan (*arousal*), dan dominansi (*dominance*).

Theory of Reasoned Action (TRA)

Theory of Reasoned Action (TRA) merupakan teori dasar dalam berperilaku yang dipengaruhi oleh minat atau keinginan untuk melakukannya. Teori ini dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Model ini menggunakan tiga komponen, yaitu minat berperilaku (*behavioral intention*), sikap (*attitude*), dan norma subjektif (*subjective norm*) yang mempengaruhi perilaku (*behavior*) (Tsung-Lu,dkk., 2010).

Technology Acceptance Model (TAM)

Theory of Acceptance Model (TAM) pertama kali dikembangkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1989. Teori ini merupakan pengembangan dari TRA yang dikembangkan khusus untuk pemodelan penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi. TAM bertujuan untuk memberikan dasar penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna. Dalam hal ini dua keyakinan individual yang diasumsikan oleh TAM, yaitu persepsi kegunaan atau

Perceived Usefulness (PU) dan persepsi kemudahan penggunaan atau *Perceived Easy of Use* (PEOU).

Consumer Acceptance Technology (CAT)

Consumer Acceptance Technology (CAT) merupakan suatu teori dalam berperilaku yang menghubungkan nalar manusia dan juga *affect*. Dalam hal ini nalar dan *affect* dapat berjalan seiringan dan mempengaruhi perilaku penggunaan suatu teknologi. Teori CAT dikembangkan oleh Kulviwat (2007). CAT meningkatkan prediksi minat untuk mengadopsi produk teknologi tinggi dengan mengintegrasikan pengaruh konstruksi dan membangun kognitif tambahan ke model TAM. Model CAT menambahkan persepsi keunggulan relatif, persepsi kesenangan, dan persepsi keinginan.

E-SPT

Aplikasi Pajak adalah suatu sarana yang dapat menunjang pelayanan yang disediakan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk memudahkan wajib pajak dalam menyelesaikan segala proses perpajakan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi internet. Aplikasi Pajak yang disediakan tersebut meliputi *e-registration*, *e-filing* dan *e-SPT*. Dalam hal ini, wajib pajak dapat mengakses seluruh aplikasi pajak tersebut melalui website resmi Dirjen Pajak (www.pajak.go.id).

Salah satu aplikasi pajak yang disediakan oleh Direktorat Jenderal Pajak yang dapat digunakan oleh wajib pajak baik wajib pajak pribadi maupun wajib pajak badan adalah elektronik SPT (*e-SPT*). *E-SPT* adalah aplikasi yang disediakan oleh Dirjen Pajak yang dapat digunakan oleh wajib pajak untuk memudahkan penyampaian dan pelaporan SPT. Penerapan *E-SPT* diawali dengan dikeluarkannya Keputusan Direktur Jenderal Pajak Nomor KEP-88/PJ./2004 tanggal 14 Mei 2004 (BN No.7069 hal. 4B) tentang Penyampaian Surat Pemberitahuan (*e-SPT*) secara elektronik. Dalam hal penggunaan, *E-SPT* mengharuskan wajib pajak untuk mendownload *softwrenya* dari *website* Direktorat Jendreal Pajak lalu menginstallnya di komputer yang digunakan untk menghitung pajak. Dengan sistem ini, penyampaian SPT dapat dilakukan dengan menggunakan bentuk media CD atau disket serta dapat disimpan pada *hardisk* komputer, sehingga lebih ringkas dan mudah dalam penyimpanan.

Pengaruh Persepsi Keunggulan Relatif terhadap Persepsi Kegunaan dan Sikap Wajib Pajak

Seseorang akan cenderung untuk menggunakan suatu inovasi bila dirasakan memiliki keunggulan relatif yang lebih besar daripada suatu teknologi lain. Menurut Rogers (2003), keunggulan relatif berarti bahwa inovasi tersebut oleh orang yang menggunakannya memiliki keunggulan dibandingkan inovasi lain yang sejenis. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Plouffe,dkk.(2001) didapatkan bahwa keunggulan relatif merupakan prediktor model yang paling kuat dalam mempengaruhi minat untuk menggunakan suatu. Seseorang akan memilih suatu inovasi yang memiliki keunggulan atau keuntungan dibanding yang lain (Kulviwat,2007). Suatu teknologi pasti memiliki nilai kegunaan dan keunggulan dibandingkan teknologi lain yang akan berpengaruh pada penerimaan dan penggunaan terhadap suatu teknologi. Oleh karena itu, hipotesis yang dapat diambil :

H₁ : Persepsi keunggulan relatif berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan.

H₂ : Persepsi keunggulan relatif berpengaruh positif terhadap sikap wajib pajak.

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Persepsi Kegunaan dan Sikap Wajib Pajak

Dalam TAM persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mjana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan menjadi sederhana (Kulviwat,dkk., 2007). Hal ini membangun keterikatan individu pada penilaian usaha yang terlibat dalam pembelajaran dan penggunaan teknologi. Persepsi kemudahan dapat berpengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap menggunakan suatu teknologi. Kemudahan dalam penggunaan suatu teknologi membuat teknologi tersebut diterima dan digunakan terus menerus. Pada kondisi dimana wajib pajak dapat mempelajari dan menggunakan aplikasi pajak dengan cepat, efektif dan efisien, wajib pajak akan merasa memperoleh nilai kegunaan dari aplikasi pajak. Penelitian Novarina (2005) yang menyatakan bahwa sistem *e-filing* terbukti cepat, akurat, efisien dan efektif bagi wajib pajak karena

wajib pajak dapat langsung menyampaikan Surat Pemberitaannya secara *on-line* tanpa harus ke Kantor Pelayanan Pajak dan akan menerima konfirmasi laporan yang telah disampaikan, langsung pada saat laporan tersebut diterima (*real time*). Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang dapat diambil adalah :

H₃ : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan.

H₄ : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap wajib pajak.

Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Wajib Pajak

Persepsi Kegunaan berkaitan dengan nilai manfaat yang akan diperoleh oleh pengguna dalam menggunakan suatu sistem (Ajzen, 1985). Suatu teknologi akan merubah produktivitas seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung. Begitu pula dalam penggunaan teknologi aplikasi pajak juga dipengaruhi oleh persepsi kegunaan aplikasi pajak bagi para wajib pajak pribadi. Hal ini terutama berkaitan dengan persepsi dari hasil fungsional sebagai konsekuensi dari penggunaan teknologi. Sebuah badan besar penelitian TAM telah menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan oleh pengguna adalah penentu kuat penerimaan pengguna, adopsi, dan penggunaan perilaku (Kulviwat,dkk.2007). Demikian pula, kegunaan yang dirasakan telah ditemukan memiliki positif berdampak pada sikap terhadap penggunaan produk mobile Internet (Bruner and Kumar, 2005; Lee, Kim, and Chung, 2003). Dengan demikian, hal tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

H₅ : Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap wajib pajak.

Pengaruh Kesenangan terhadap Sikap Wajib Pajak

Kesenangan seseorang akan suatu teknologi berpengaruh langsung dan kuat terhadap penggunaan teknologi tersebut (Kulviwat, 2007). Begitu pula dengan penggunaan E-SPT, apabila seseorang senang menggunakan E-SPT maka dia akan menggunakan E-SPT secara berkesinambungan. Oleh karena itu, hipotesis yang dapat diambil :

H₆ : Kesenangan berpengaruh positif terhadap sikap wajib pajak.

Pengaruh Keinginan terhadap Sikap Wajib Pajak

Penelitian telah menunjukkan bahwa keinginan dapat mempengaruhi perilaku dan pembentukan sikap dalam konteks pemasaran. Dalam konteks adopsi teknologi, Lee,Suh,dan Wang (2003) menemukan bahwa keinginan memiliki pengaruh positif pada sikap terhadap penggunaan pusat perbelanjaan internet. Keinginan karena terdoda akan suatu teknologi berpengaruh pada perilaku dan sikap market. Dalam hal ini ada hubungan positif antara perasaan *shopper* yang terdoda di tempat belanja dengan sikap berbelanja (Kulviwat, 2007). Berdasarkan hal tersebut maka hipotesisnya :

H₇ : Keinginan berpengaruh positif terhadap sikap wajib pajak.

Pengaruh Dominansi terhadap Sikap Wajib Pajak

Perasaan yang berhubungan dengan berada di kendali adalah aspek utama dari dominansi. Dominansi suatu teknologi dapat berpengaruh terhadap penggunaan teknologi tersebut. Seseorang yang menggunakan suatu teknologi, seperti aplikasi pajak akan merasa mengontrol padahal sebenarnya dominansi aplikasi pajak tersebut yang mengontrol penggunaan aplikasi pajak. Dominansi suatu teknologi bertentangan dengan takluk (Kulviwat.2007). Takluk dapat menyebabkan frustrasi, bingung, khawatir, sedangkan dominasi tidak menyebabkan frustrasi, bingung, khawatir. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesisnya:

H₈ : Dominansi berpengaruh positif terhadap sikap wajib pajak.

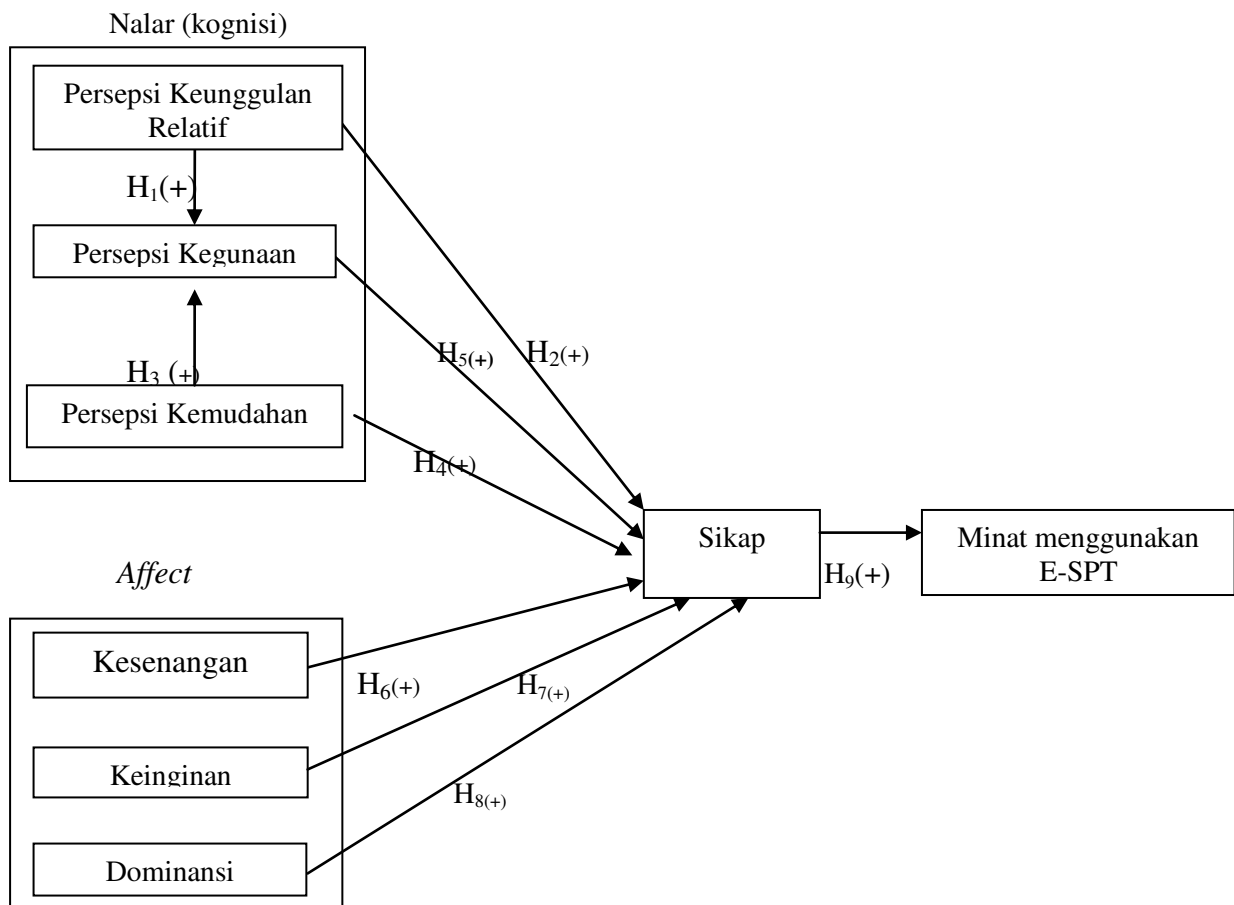
Pengaruh Sikap Wajib Pajak terhadap Minat Menggunakan E-SPT

Dalam hal ini minat berpengaruh pada *attitude*. *Attitude* merupakan gabungan antara PAD dan TAM menjadi CAT. Menurut Arfan Ikhsan (2005:46). Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap objek sikap. Dalam hal ini, seseorang yang mendukung atas suatu objek sikap akan memiliki

kecenderungan bertindak untuk melakukan tindakan terhadap objek sikap. Minat merupakan fungsi dari dua terminan dasar yaitu sikap individu terhadap perilaku (merupakan aspek personal) dan kedua adalah persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang bersangkutan yang disebut dengan norma subjektif (Mustikasari, 2007). Oleh karena itu, hipotesis yang diambil :

H₉ :Sikap wajib pajak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-SPT.

Kerangka Pemikiran Teoritis



METODE PENELITIAN

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini populasi yang akan digunakan, yaitu populasi terhadap wajib pajak badan yang berada di wilayah DKI Jakarta. Penentuan sampel perusahaan pada penelitian ini dilakukan dengan metode *random sampling*. Penentuan sampel menggunakan metode *random sampling* karena Direktorat Jenderal Pajak tidak bisa memberikan data mengenai perusahaan yang menggunakan maupun tidak menggunakan E-SPT. Sampel yang dipakai oleh peneliti adalah wajib pajak badan yang berada di DKI Jakarta yang telah menggunakan E-SPT. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada para wajib pajak badan yang berada di DKI Jakarta yang menggunakan E-SPT.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran mengenai persepsi keunggulan relatif, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kesenangan penggunaan, keinginan menggunakan, dominasi, sikap wajib pajak, minat menggunakan E-SPT. Dalam menganalisis statistik deskriptif digunakan SPSS. SPSS adalah suatu *software* yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik

maupun non-parametrik dengan basis windows. SPSS yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS versi 16. Metode yang digunakan untuk menganalisis uji kualitas data, uji hipotesis adalah *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah teknik statistik multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda yang merupakan alternatif dalam metode persamaan struktural. Model PLS ini digunakan pada saat dasar teori perancangan model lemah dan indikator pengukuran tidak memenuhi model pengukuran yang ideal dengan jumlah sampel yang tidak besar dan dapat diterapkan pada semua skala data (Ghozali, 2011).

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Persepsi Keunggulan Relatif

Pemilihan untuk menggunakan suatu teknologi dikarenakan teknologi tersebut memiliki keunggulan atau kelebihan dibanding yang lain. Menurut Rogers (2003), keunggulan relatif berarti bahwa inovasi tersebut diyakini oleh orang yang menggunakannya memiliki keunggulan dibandingkan inovasi lain yang sejenis. Dalam hal ini, penggunaan E-SPT memiliki keunggulan dalam kemudahan penggunaan, kemudahan mempelajari, penghematan waktu, dan tenaga. Aplikasi pajak khususnya E-SPT mempunyai keunggulan dibandingkan dengan pengisian SPT secara manual. Pengukuran variabel persepsi keunggulan relatif menggunakan 4 pertanyaan indikator yang diadopsi dari penelitian Kulviwat *et al.* (2007) dengan penyesuaian. Dalam penelitian ini, variabel persepsi keunggulan relatif diukur dengan skala likert 1 sampai dengan 5 (menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

Persepsi Kegunaan

Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai suatu ukuran manfaat yang akan diterima oleh seseorang dengan menggunakan suatu teknologi. Persepsi kegunaan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah mengenai kegunaan E-SPT dalam pelaporan dan penyampaian pajak. Pengukuran variabel persepsi kegunaan menggunakan 5 pertanyaan indikator yang diadopsi dari penelitian Kulviwat *et al.* (2007) dengan penyesuaian. Dalam penelitian ini, variabel kegunaan diukur dengan skala likert 1 sampai dengan 5 (menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan merupakan suatu tingkatan kepercayaan seseorang bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah tanpa mengalami kesulitan. Pengukuran variabel ini menggunakan 5 pertanyaan indikator yang diadopsi dari penelitian Kulviwat *et al.* (2007) dengan penyesuaian. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* dengan jumlah skor antara 1 sampai dengan 5 (menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

Kesenangan Penggunaan

Persepsi Kesenangan dapat diukur dengan penilaian reaksi lisan ke lingkungan, seperti bahagia sebagai lawan sedih, menyenangkan sebagai lawan tidak menyenangkan, puas sebagai lawan tidak puas, penuh harapan sebagai lawan berputus asa, dan santai sebagai lawan bosan (Semuel, 2005). Variabel kesenangan penggunaan merupakan variabel eksogen untuk mengetahui pengaruh kesenangan terhadap sikap wajib pajak. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert, dengan jumlah skor antara 1 sampai dengan 5 (menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

Keinginan Penggunaan

Keinginan penggunaan suatu teknologi dapat ditunjukkan dengan perasaan bersemangat atau terpacu yang dimiliki oleh seseorang yang merasa puas dalam suatu situasi tertentu. Keinginan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi tertentu mengacu pada tingkat dimana seseorang merasakan siaga, digairahkan, atau situasi aktif. Pengukuran variabel ini menggunakan 3 pertanyaan indikator yang diadopsi dari penelitian Kulviwat *et al.* (2007) dengan penyesuaian. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert, dengan jumlah skor antara 1 sampai dengan 5 (menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

Dominansi

Dominansi berhubungan dengan perasaan mendominasi seseorang yang ditandai dengan laporan responden yang merasa dikendalikan sebagai lawan mengendalikan, terkendali sebagai lawan diawasi, penting sebagai lawan dikagumi, dominan sebagai lawan bersikap tunduk, dan otonomi sebagai lawan dipandu (Semuel, 2005). Dominansi suatu teknologi dapat berpengaruh terhadap penggunaan teknologi tersebut. Pengukuran variabel ini menggunakan 4 pertanyaan indikator yang diadopsi dari penelitian Kulviwat *et al.* (2007) dengan penyesuaian. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert, dengan jumlah skor antara 1 sampai dengan 5 (menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

Sikap

Sikap adalah evaluasi kepercayaan (*belief*) atau perasaan positif atau negatif dari individu ketika melakukan suatu perilaku tertentu (Jogiyanto, 2007). Variabel ini diukur dengan menggunakan 4 pertanyaan indikator yang diadopsi dari penelitian Kulviwat (2007) dengan penyesuaian. Skala pengukuran yang digunakan skala *likert*, dengan jumlah skor antara 1 sampai dengan 5 (menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

Minat Menggunakan E-SPT

Minat didefinisikan didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan perilaku (Jogiyanto, 2007). Jika ini terus diulang-ulang dan terinternalisasi dalam diri seseorang, maka akan terciptalah pribadi dengan perilaku yang baik, begitu pula sebaliknya (Toto Suharto, 2008). Dalam konteks E-SPT, minat adalah kehendak wajib pajak untuk menggunakan E-SPT dalam melaporkan pajak. Variabel ini diukur dengan 3 item pernyataan dengan menggunakan skala likert, dengan jumlah skor antara 1 sampai dengan 5 (menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dapat memberikan gambaran tentang suatu data yang dilihat dari nilai mean (rata-rata), median, standar deviasi, minimum, dan maksimum yang dihasilkan dari variabel penelitian. Statistik deskriptif pada penelitian ini dapat diperoleh dengan menggunakan SPSS. Hasil dari analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1
Statistik Deskriptif

	N	Mean	Median	Std.Deviation	Minimum	Maximum
RA	57	17,05	18,00	2,467	8	20
USE	57	21,05	21,00	2,961	12	25
EASE	57	21,32	22,00	3,019	11	25
PLEA	57	21,67	22,00	2,531	11	25
AROU	57	13,14	13,00	1,674	6	15
DOM	57	17,09	17,00	2,262	9	20
ATA	57	17,07	17,00	2,103	9	20
AI	57	13,28	14,00	1,578	8	15

Sumber : Output SPSS 16

Evaluasi *Outer Model*

Evaluasi *outer model* dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas hubungan antara konstruk dengan indikator-indikatornya. Pada penelitian ini, model indikatornya bersifat reflektif. Tahap pertama dalam evaluasi *outer model* adalah menguji *covergent validity* yang dapat dilihat dari korelasi antara skor indikator dengan konstruksya pada suatu variabel. Pada riset tahap pengembangan, *skor loading* 0,5 hingga 0,6 masih dapat diterima (Ghozali, 2011). Hasil output korelasi antara indikator dan konstruksya dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini :

Tabel 2
Outer Loading

	Original Sample (O)	T Statistics
RA1 <- RA	0,677047	3,300596
RA2 <- RA	0,670546	2,763597
RA3 <- RA	0,825086	5,604474
RA4 <- RA	0,834110	4,658859
USE1 <- USE	0,697033	5,291898
USE2 <- USE	0,822778	7,982199
USE3 <- USE	0,804593	9,571582
USE4 <- USE	0,679205	6,414989
USE5 <- USE	0,644720	3,922133
EASE1 <- EASE	0,676117	5,090686
EASE2 <- EASE	0,731975	4,852970
EASE3 <- EASE	0,706731	5,938448
EASE4 <- EASE	0,775657	5,849452
EASE5 <- EASE	0,769789	7,154296
PLEA1 <- PLEA	0,706904	3,489526
PLEA2 <- PLEA	0,723015	4,897850
PLEA3 <- PLEA	0,517407	1,921372
PLEA4 <- PLEA	0,824031	4,779310
PLEA5 <- PLEA	0,725568	4,516059
AROU1 <- AROU	0,921119	5,262355
AROU2 <- AROU	0,851126	4,962249
AROU3 <- AROU	0,527614	1,878034
DOM1 <- DOM	0,705203	4,638853
DOM2 <- DOM	0,756243	6,874145
DOM3 <- DOM	0,749008	5,427163
DOM4 <- DOM	0,724483	4,065499
ATA1 <- ATA	0,697193	3,205083
ATA2 <- ATA	0,658326	5,823038
ATA3 <- ATA	0,719395	7,341233
ATA4 <- ATA	0,847025	12,821384
AI1 <- AI	0,725253	4,518556
AI2 <- AI	0,780060	4,853973
AI3 <- AI	0,791470	3,676051

Sumber : *Output SmartPLS 2.0*

Dapat dilihat pada tabel 2 bahwa nilai korelasi antara skor indikator dengan konstruksya pada suatu variabel berada di atas 0,50 dan dapat disimpulkan bahwa konstruk mempunyai

validitas konvergen yang baik dan *reliable*.

Selanjutnya dilakukan pengujian validitas diskriminan untuk menguji apakah indikator pada suatu konstruk mempunyai korelasi terbesar pada konstruk yang dibentuknya, dibandingkan korelasi pada konstruk lain. Validitas diskriminan indikator reflektif dapat dilihat pada nilai *cross loading* antara indikator dengan konstruknya, nilai *cross loading* menunjukkan adanya validitas diskriminan yang baik jika nilai korelasi indikator terhadap konstruksinya lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi indikator dengan konstruk lainnya. Tabel *cross loading* akan ditunjukkan pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3
Cross Loading

	AI	AROU	ATA	DOM	EASE	PLEA	RA	USE
AI1	0,725253	-0,012767	0,136639	0,247317	0,013234	-0,009736	-0,109492	-0,108470
AI2	0,780060	0,318010	0,322619	0,066619	0,130003	0,009240	0,059550	-0,007860
AI3	0,791470	-0,091090	0,330775	0,083623	0,012583	0,336024	-0,079735	0,054363
AROU1	0,046633	0,921119	0,249840	0,049182	-0,049403	-0,131700	-0,186177	-0,066657
AROU2	0,180414	0,851126	0,181198	-0,002364	-0,102069	-0,032357	0,039658	-0,111899
AROU3	0,061321	0,527614	0,033289	0,079898	-0,070442	-0,293654	-0,134943	-0,151204
ATA1	0,273173	0,280923	0,697193	0,361729	0,019172	0,220483	0,085721	0,162661
ATA2	0,223090	-0,006757	0,658326	0,271610	0,129508	0,313082	0,305138	0,381920
ATA3	0,296207	0,225535	0,719395	0,184950	0,020498	0,228877	0,330701	0,212658
ATA4	0,315835	0,198130	0,847025	0,441516	0,073351	0,248533	0,319164	0,300472
DOM1	0,208127	0,165400	0,289892	0,705203	-0,139217	-0,070996	-0,054210	-0,064186
DOM2	0,089508	0,142515	0,341823	0,756243	-0,214927	-0,012218	0,158351	0,017736
DOM3	0,126524	-0,179036	0,360785	0,749008	-0,005115	-0,026194	0,308181	0,188953
DOM4	-0,034397	0,006311	0,281569	0,724483	-0,107906	-0,040617	0,251048	0,174611
EASE1	0,060313	0,042954	0,054936	-0,280214	0,676117	0,011581	-0,157239	0,278367
EASE2	-0,051791	0,033004	-0,001464	-0,230505	0,731975	0,159027	-0,132969	0,294740
EASE3	0,291036	-0,017700	0,127376	-0,117498	0,706731	-0,070184	-0,003799	0,245684
EASE4	-0,009151	-0,102791	0,067471	-0,057723	0,775657	0,056778	-0,106708	0,293616
EASE5	0,031244	-0,192445	0,061085	0,037553	0,769789	-0,031186	0,091714	0,416181
PLEA1	0,114011	-0,194580	0,121057	-0,117123	-0,045895	0,706904	0,046301	0,079615
PLEA2	0,234649	-0,145705	0,188361	-0,134814	-0,104253	0,723015	0,130367	0,063870
PLEA3	0,009119	-0,102589	0,047830	0,067179	0,079847	0,517407	-0,092611	-0,050331
PLEA4	0,036769	-0,014346	0,363051	0,008655	0,160030	0,824031	-0,002730	0,395599
PLEA5	0,245771	-0,106297	0,256633	-0,009490	-0,057265	0,725568	0,010572	0,017935
RA1	-0,219400	-0,115150	0,213816	0,203984	-0,264634	0,167079	0,677047	0,163426
RA2	-0,025592	0,034472	0,279192	0,143538	-0,187189	-0,108840	0,670546	0,025706
RA3	0,057867	-0,079465	0,262194	0,190315	-0,048208	0,103473	0,825086	0,275693
RA4	0,015452	-0,132852	0,320859	0,179089	0,149651	-0,046538	0,834110	0,295028
USE1	-0,094249	-0,191732	0,233734	0,024527	0,237115	0,122495	0,305847	0,697033
USE2	-0,023473	-0,053283	0,256282	0,092827	0,336048	0,148545	0,286570	0,822778
USE3	0,022167	0,048450	0,290760	0,165559	0,352646	0,151567	0,066595	0,804593
USE4	0,016194	-0,088618	0,252094	-0,038420	0,395993	0,318411	0,137250	0,679205
USE5	0,088471	-0,099837	0,289579	0,177337	0,235869	0,083550	0,214574	0,644720

Sumber : *Output SmartPLS 2.0*

Pada tabel 3 nilai *cross loading* menunjukkan adanya validitas diskriminan yang baik karena nilai korelasi indikator terhadap konstraknya lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi indikator dengan konstruk lainnya. Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa konstruk laten memprediksi indikator pada blok mereka lebih baik dibandingkan dengan indikator di blok lain.

Setelah melakukan uji validitas konstruk selanjutnya adalah menguji reliabilitas konstruk yang diukur dengan *composite reliability* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Hasilnya ditampilkan pada tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 4
Composite Reliability

Composite Reliability	
RA	0,840514
USE	0,851961
EASE	0,852753
PLEA	0,830016
AROU	0,821570
DOM	0,823603
ATA	0,822258
AI	0,809789

Sumber : *Output SmartPLS 2.0*

Konstruk dinyatakan *reliable* jika memiliki nilai *composite reliability* di atas 0,70 (Ghozali, 2011). Dari hasil *output* SmartPLS di atas, didapatkan bahwa semua variabel memiliki nilai *composite reliable* di atas 0,7 yaitu berkisar antara 0,809789 sampai dengan 0,852753 yang artinya bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang baik sehingga item pertanyaan yang menyusun variabel penelitian mempunyai internal konsistensi yang tinggi dan dapat digunakan dalam penelitian. Selain dari *composite reliability* untuk menilai reliabilitas suatu konstruks dapat juga dilakukan dengan membandingkan nilai akar AVE dengan nilai korelasi antar konstruk. Berikut ini akan disajikan nilai AVE dan akar AVE pada tabel 5 :

Tabel 5
Average Variance Extracted (AVE)

	AVE	Akar AVE
RA	0,571133	0,7557
USE	0,537434	0,7331
EASE	0,537322	0,7330
PLEA	0,499130	0,7065
AROU	0,617084	0,7855
DOM	0,538776	0,7340
ATA	0,538613	0,7339
AI	0,586970	0,7661

Sumber : *Output SmartPLS 2.0*

Menilai validitas dari konstruk dengan melihat nilai AVE, suatu model konstruk dikatakan baik apabila AVE masing-masing konstruk nilainya lebih besar dari 0,5. Hasil *output* AVE menunjukkan bahwa nilai AVE pada semua variabel diatas 0,5 kecuali variabel kesenangan (PLEA) yang mempunyai nilai AVE kurang baik karena di bawah 0,5 yaitu sebesar 0,499. Oleh karena itu, perlu dicari alternatif lain untuk membuktikan bahwa model sesuai dengan persyaratan

validitas diskriminan yang baik yaitu dengan cara membandingkan akar AVE dengan korelasi antar variabel bebas. Semua konstruk memenuhi validitas diskriminan yang baik apabila nilai akar AVE pada masing-masing variabel lebih besar dari korelasi antar konstruk. Berikut ini hasil matrik korelasi antar konstruk dengan bantuan program PLS :

Tabel 6
Matrik Korelasi antar Konstruk

	AI	AROU	ATA	DOM	EASE	PLEA	RA	USE
AI	1,000000							
AROU	0,115408	1,000000						
ATA	0,379023	0,239753	1,000000					
DOM	0,135397	0,036121	0,437844	1,000000				
EASE	0,078205	-0,082562	0,082717	-0,155853	1,000000			
PLEA	0,184200	-0,120768	0,341697	-0,048702	0,030150	1,000000		
RA	-0,036126	-0,109019	0,356744	0,235064	-0,067637	0,037494	1,000000	
USE	0,001039	-0,104406	0,360384	0,111819	0,429147	0,228895	0,278250	1,000000

Sumber : *Output SmartPLS 2.0*

Apabila dibandingkan dengan akar AVE pada masing-masing variabel maka dapat disimpulkan tidak ada nilai korelasi yang melebihi akar AVE sehingga semua konstruk memiliki validitas diskriminan yang dipersyaratkan.

Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah model yang diestimasi memenuhi kriteria *discriminant validity* berikutnya dilakukan pengujian model struktural (*inner model*). Menilai inner model adalah dengan melihat hubungan laten antara konstruk laten dengan melihat hasil estimasi koefisien parameter path dan tingkat signifikansinya (ghozali,2011). Pengujian model struktural dilakukan dengan melihat nilai *R-square* yang merupakan uji *goodness-fit model*. Berikut adalah nilai *R square* :

Tabel 7
R Square

	R Square	Makna Goodness of fit dan Variabilitas
AI	0,143659	Lemah dan 14,36 % variabilitas minat (AI) dapat dijelaskan dimensi sikap (ATA) dan sisanya sebesar 85,64% dipengaruhi oleh variabel lain.
AROU		Tidak dapat dijelaskan.
ATA	0,519620	Moderat dan 51,96% variabilitas minat (ATA) dapat dijelaskan dimensi keunggulan relatif (RA), persepsi kegunaan (USE), persepsi kemudahan (EASE), kesenangan (PLEA), keinginan (AROU), dominansi (DOM) dan sisanya sebesar 48,04 dipengaruhi oleh variabel lain.
DOM		Tidak dapat dijelaskan.
EASE		Tidak dapat dijelaskan.
PLEA		Tidak dapat dijelaskan.
RA		Tidak dapat dijelaskan.
USE	0,279020	Lemah dan 27,9% variabilitas persepsi kegunaan (USE) dapat dijelaskan dimensi persepsi keunggulan relatif (RA), persepsi kemudahan (EASE) dan sisanya 72,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

Sumber : *Output Smart PLS 2.0*

Pengujian Hipotesis

Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada *output result for inner weight* melalui proses *bootstrapping*. Pada tabel *path coefficients* yang perlu dilihat adalah nilai *Original Sample (O)* yang menunjukkan terjadinya hubungan positif atau negatif antar konstruk, dan $t_{\text{statistik}}$ yang mengindikasikan signifikansi hubungan antar konstruk. Berikut ini adalah output tabel *Path Coefficients*.

Tabel 8
Path Coefficients

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STERR)
RA -> USE	0,308688	2,067567
RA -> ATA	0,253219	2,192252
EASE -> USE	0,450026	3,713389
EASE -> ATA	0,109963	0,914890
USE -> ATA	0,152899	1,346699
PLEA -> ATA	0,351348	3,204363
AROU -> ATA	0,320967	2,982004
DOM -> ATA	0,383880	3,711931
ATA -> AI	0,379023	3,009993

Sumber : *Output Smart PLS 2.0 M3*

Berdasarkan tabel *path coefficients* dengan melihat *original sample* dan $T_{\text{statistik}}$ nya dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1, 2, 3, 6, 7, 8, 9 bernilai positif dan signifikan karena memiliki nilai *original sampel* positif dan $T_{\text{statistik}}$ yang lebih tinggi daripada 1,96. Sedangkan hipotesis 4 dan 5 bernilai tidak signifikan dan ditolak karena nilai $T_{\text{statistik}}$ kurang dari 1,96.

KESIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN, SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan pada wajib pajak badan di DKI Jakarta karena di kota tersebut paling banyak terdapat wajib pajak badan yang telah menggunakan aplikasi pajak khususnya E-SPT. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 57 perusahaan yang telah menggunakan E-SPT. Metode analisis data yang digunakan adalah Partial Least Square dengan SmartPLS 2.0 Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut (1) Persepsi keunggulan relatif (RA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan (USE) para wajib pajak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi wajib pajak terhadap keunggulan relatif E-SPT maka akan semakin tinggi pula persepsi kegunaan E-SPT bagi wajib pajak badan di DKI Jakarta. (2) Persepsi keunggulan relatif (RA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap wajib pajak (ATA). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi keunggulan relatif akan E-SPT maka akan semakin tinggi pula sikap wajib pajak untuk menggunakan E-SPT. (3) Persepsi kemudahan (EASE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan (USE) para wajib pajak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan wajib pajak dalam menggunakan E-SPT maka akan semakin tinggi pula persepsi kegunaan E-SPT bagi wajib pajak tersebut, khususnya wajib pajak badan di DKI Jakarta. (4) Persepsi kemudahan (EASE) tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan E-SPT (ATA) para wajib pajak. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak mempengaruhi wajib pajak dalam mengambil sikap untuk menggunakan E-SPT. Hal ini dapat dipengaruhi oleh sulitnya akses penggunaan. (5) Persepsi kegunaan (USE) tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan E-SPT (ATA) para wajib pajak. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan E-SPT tidak mempengaruhi wajib pajak dalam menentukan sikap untuk menggunakan E-SPT. (6) Kesenangan penggunaan (PLEA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan E-SPT (ATA) para wajib pajak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kesenangan wajib pajak badan saat menggunakan E-SPT maka akan semakin tinggi pula sikapnya untuk menggunakan E-SPT secara berkesinambungan. (7) Keinginan menggunakan E-SPT (AROU) berpengaruh positif dan

signifikan terhadap sikap penggunaan E-SPT (ATA) para wajib pajak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi keinginan wajib pajak badan untuk menggunakan E-SPT maka semakin tinggi pula sikapnya untuk menggunakan E-SPT. (8) Dominansi (DOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan E-SPT (ATA) para wajib pajak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi dominansi penggunaan E-SPT maka akan semakin tinggi pula sikap wajib pajak badan untuk menggunakan E-SPT. (9) Sikap (ATA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat (AI) para wajib pajak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik sikap wajib pajak untuk menggunakan E-SPT maka akan semakin besar pula minat wajib pajak untuk menggunakan E-SPT.

Implikasi Penelitian

Consumer Acceptance Technology (CAT) dapat dijadikan model yang baik untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan E-SPT karena CAT tidak hanya memasukkan unsur nalar sebagai pertimbangan yang mempengaruhi minat wajib pajak badan dalam menggunakan E-SPT tetapi juga *affect* dari dalam wajib pajak.

Keterbatasan Penelitian

Peneliti sudah berusaha untuk dapat mencapai hasil semaksimal mungkin, tapi dalam kenyataannya harus diakui bahwa penelitian ini tidak sepenuhnya terhindar dari keterbatasan. Keterbatasan dalam penelitian ini meliputi instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penilaian pada diri sendiri sehingga terdapat kemungkinan terjadinya pengisian subyektif yang menyebabkan biasanya hasil yang didapat seperti adanya kecenderungan responden untuk menilai lebih tinggi dari yang seharusnya, nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa masih banyak variable lain yang mempengaruhi minat wajib pajak badan untuk menggunakan E-SPT tetapi belum dimasukan dalam penelitian ini, tidak adanya informasi yang jelas dari Direktorat Jenderal Pajak mengenai jumlah wajib pajak badan yang telah menggunakan E-SPT, sehingga sulit untuk melihat perkembangan penggunaan E-SPT, penyebaran kuesioner dilakukan secara random dan langsung kepada responden sehingga membutuhkan waktu yang lama.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan ada pengaruh positif secara bersama-sama persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi keunggulan relatif, kesenangan, keinginan, dominansi, sikap wajib pajak terhadap minat menggunakan E-SPT maka saran yang dapat peneliti ajukan adalah sebagai berikut bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP), agar meningkatkan sistem informasi dan pelayanan aplikasi pajak, khususnya E-SPT agar tidak mengecewakan para wajib pajak, bagi *Application Service Provider* (ASP) yang berkaitan dengan sistem aplikasi pajak meningkatkan petunjuk pengisian secara lebih lengkap dalam pengoperasian E-SPT, bagi wajib pajak badan, agar memperluas pengetahuan dan ketrampilan tentang E-SPT guna memudahkan penggunaan E-SPT, bagi peneliti selanjutnya agar mengambil obyek tidak hanya di daerah DKI Jakarta saja, melainkan di kota-kota lainnya sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi secara lebih luas dan menyeluruh.

REFERENSI

- Ajzen, I. 1985. *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50, 179-211.
- Anuar, and Othman, 2010, "Determinant of Online Tax Payment System in Malaysia". *International Journal of Public Information Systems*, vol 2010:1.
- Ananggadipa, Septian, 2012. "Studi Empiris Pada Penggunaan Aplikasi Pajak : Integrasi *Theory Of Planned Behavior* Dan *Technology Acceptance Model*". Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Azmi, dan Bee, 2010, "The Acceptance of the e-Filing System by Malaysian Taxpayers: A Simplified Model". *Electronic Journal of e-Government*, Volume 8 Issue 1 2010.
- Buku Pedoman Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. 2008.

- Dewi, A.A. Ratih Khomalyana. 2009. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Wajib Pajak terhadap Penggunaan E-filing." Skripsi Tidak Dipublikasikan, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Direktorat Jenderal Pajak. "e-Registration", <http://www.pajak.go.id/content/e-registration> diakses 27 November 2012
- Direktorat Jenderal Pajak. "e-Filing", <http://www.pajak.go.id/content/e-filing> diakses 27 November 2012.
- Direktorat Jenderal Pajak. "e-SPT", http://www.pajak.go.id/content/elektronik-spt_diakses 27 November 2012
- Direktorat Jenderal Pajak. "e-NPWP", <http://www.pajak.go.id/content/e-npwp> diakses 27 November 2012
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. ISBN 979.704.254.5
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro ISBN 979.704.015.1
- Ghozali, Imam. 2011. *Structural Equation Modeling : Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. ISBN 979.704.300.2.
- Hastuty, Jenie, 2006, "Implementasi Elektronik Filing System (E-Filing) dalam Praktek Perpajakan di Indonesia". Jurnal Sosial Sains, 19 (2) April 2006.
- Ikhshan dan Ishak. 2005. *Akuntansi Keperilakuan*. Semarang: Salemba Empat
- Jogiyanto, H.M, 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Semarang: ANDI Yogyakarta.
- Jogiyanto, H.M, 2011. *Konsep Dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian Dalam Penelitian Bisnis*.Yogyakarta: STIM YKPN.
- Jen-Ruei Fu, Cheng-Kiang Farn, dan Wen-Pin Chao., 2006, "Acceptance of Electronic Tax Filing: A Study of Taxpayer Intentions". Information and Management 43 (2006) 109–126.
- Khakim, Nur Kharisma. 2011. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan dan Penggunaan *Software* Akuntansi Myob dengan Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM)." Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Kirana, Gita Gowinda, 2010. "Analisis Perilaku Wajib Pajak terhadap Penggunaan e-Filing". Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Kiswara, Endang. 2010. *Panduan Uji Statistik*. Semarang
- Kulviwat, Bruner, dan Suzanne. 2007. "Toward a Unified Theory of Consumer Acceptance Technology". Psychology and Marketing Journal. Vol. 24(12) : 1059-1084.
- Novarina, Ayu Ika, 2005, "Implementasi Electronic Filing System (E-Filing) dalam Praktek Penyampaian Surat Pemberitahuan (SPT) di Indonesia". Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Pavlou PA (2003). "Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model". International Journal Electronic Commerce 7(3): 101-134.
- Tsung-Lu, C., Yan-Huang, S. dan Yen-Lo P. 2010. "An Empirical Study of Online Tax Filing Acceptance : Integrating TAM and TPB". African Journal of Business Management .Vol. 4(5), pp. 800-810.
- Yamin, S. dan Heri K. 2011. *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modeling*. Semarang: Penerbit Salemba Infotek.